

MOTIF DAN KEPUASAN PENGGUNA *NETFLIX* SEBAGAI MEDIA *STREAMING* DI KALANGAN REMAJA KOTA DENPASAR

Ni Putu Pradnya Artika Sari¹⁾, I Gusti Agung Alit Suryawati²⁾, Ade Devia Pradipta³⁾

^{1,2,3)}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: adnyaartika26@gmail.com¹, igalitsuryawati@yahoo.co.id²,
deviapradipta88@gmail.com³

ABSTRACT

Netflix known as entertainment company specializing in streaming service that allows their members to watch TV shows or movies on an internet-connected device without commercials. Netflix can be use on internet-connected devices that offer the Netflix app, such as tablets, smart TV and smartphone. The purpose of this research are to find the motives and the satisfactions of youth in Denpasar by using Netflix as a streaming service. This study using Uses and Gratification Theory by Dennis McQuail. This research uses descriptive quantitative method with purposive sampling technique. Data obtained by distributing questionnaire. The result shows there are two of the four motives that could be satisfied are information motive and integration and social interaction motive. Besides that, motive that has not been able to satisfied are personal identity motive and entertainment motive.

Keyword: Motive, Satisfaction, Youth, Netflix

1. PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi yang pesat membuat internet diciptakan sebagai media baru untuk membantu manusia khususnya di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Jauh sebelum adanya internet, masyarakat memanfaatkan media konvensional untuk memperoleh informasi dan hiburan, seperti radio, buku, koran, televisi, dan lainnya. Internet merupakan sebuah *new media*.

Media baru serta teknologi yang terus berkembang selalu hadir dengan berbagai bentuk serta fiturnya, salah satunya yaitu pada ranah hiburan, media baru yang bermunculan seperti media *streaming* baik dalam konten berupa video atau audio menjadi sebuah media yang digunakan

secara rutin oleh masyarakat dalam berbagai kegiatan sehari-hari (Kurniansyah dan Malau, 2020). Salah satu fungsi dari layanan *streaming* yang dapat kita gunakan yaitu untuk menonton film. Kehadiran film yang saat ini telah terdigitalisasi membuat film dapat dimainkan dan ditonton melalui *personal computer*, bahkan melalui *smartphone* maupun tablet (Wibowo, 2018).

Saat ini sudah banyak hadir situs *streaming film*. Salah satunya yaitu *Netflix*. *Netflix* mulai masuk ke Indonesia pada Januari 2016. *Netflix* merupakan sebuah layanan *streaming* yang memungkinkan para anggotanya untuk menonton film atau acara TV tanpa adanya iklan dan dapat diakses melalui perangkat yang tersambung ke internet. Saat ini *Netflix*

sudah hadir lebih dari 30 bahasa di 190 negara.

Netflix sudah sangat sering masuk sebagai nominasi dalam ajang penghargaan dan sudah banyak mendapatkan penghargaan. Dikutip dari situs *App Annie*, *Netflix* masuk ke dalam peringkat pertama pada *Top 10 Apps by All-Time Consumer Spend (2010-2019)*. Dari tahun ke tahun, pelanggan *Netflix* di Indonesia selalu menunjukkan peningkatan yang signifikan. Pada 2017, terdapat 95 ribu pelanggan jumlah pelanggan *Netflix* di Indonesia. Kemudian pada tahun 2018, meningkat hingga 2,5 kali lipat menjadi sebanyak 237,3 ribu. Selanjutnya pada 2019 meningkat menjadi 482 ribu, dan tahun 2020 sudah mencapai 900 ribu lebih pelanggan *Netflix* di Indonesia. Dilansir dari www.statista.com, dari survei yang telah dilakukan di Amerika Serikat pada Maret 2020 yaitu sebanyak 65% pengguna *Netflix* berasal dari usia 18-29 tahun. Dengan ini, *Netflix* lebih populer dan banyak digunakan dikalangan anak muda.

Berdasarkan data dari penelitian tersebut, peneliti mengambil subyek penelitian remaja dengan rentang usia dari 17 hingga 25 tahun, karena melihat bahwa usia pengguna *Netflix* termasuk dalam usia remaja akhir sesuai dengan ketentuan Departemen Kesehatan tahun 2009. Penelitian mengenai motif dan kepuasan menggunakan *Netflix* sebagai media *streaming* akan dilakukan di Kota Denpasar, karena Kota Denpasar merupakan daerah dengan pengguna

internet terbanyak di Bali dengan persentase sebesar 54,2%.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apa saja motif remaja Kota Denpasar menggunakan *Netflix* sebagai media *streaming* dan bagaimana kepuasan yang didapatkan oleh remaja Kota Denpasar dari menggunakan *Netflix* sebagai media *streaming*.

Tujuan Penelitian

Mengetahui motif remaja di Kota Denpasar menggunakan *Netflix* sebagai media *streaming* serta untuk mengetahui kepuasan yang didapat oleh remaja di Kota Denpasar dari menggunakan *Netflix* sebagai media *streaming*.

2. KAJIAN PUSTAKA

Landasan Teori

New Media

Media baru menjelaskan mengenai kemunculan dari media yang sifatnya digital, terkomputerisasi serta berjejaringan sebagai hasil dari semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Selain itu, media baru dapat memudahkan para penggunanya untuk dapat mengakses dan mendapatkan berbagai konten tanpa batas dengan menggunakan berbagai macam alat elektronik. Dalam penelitian ini, *new media* yang dimaksud adalah *Netflix*. *Netflix* merupakan bentuk media baru yang bergerak dibidang media *streaming*.

Motif dan Kepuasan dalam Mengonsumsi Media

Menurut Rosengreen (1971) penggunaan media meliputi jumlah waktu yang dihabiskan untuk mengakses berbagai media, dan jenis serta isi media yang digunakan. Saat menggunakan sebuah media, khalayak dipengaruhi oleh motif atau keinginan dalam memilih konten maupun media yang akan digunakan (McQuail, 2011). Teori *behaviorisme law of effect* mengartikan bahwa perilaku yang tidak mendatangkan kepuasan atau kesenangan maka tidak akan diulangi lagi, sehingga apabila media tersebut tidak memberikan kepuasan terhadap kebutuhan orang maka seseorang tidak akan menggunakan media tersebut (Rachmat, 2015).

McQuail (2011) mengemukakan bahwa motif merupakan dorongan dalam diri khalayak yang bertujuan guna memenuhi kebutuhannya dalam menggunakan media. Empat kategori motif menurut McQuail (1991:70 dalam Adiandigantoro, 2017), yaitu motif informasi, motif identitas personal, motif integrasi dan interaksi sosial serta motif hiburan. Dari keempat motif tersebut yang mendorong khalayak untuk menggunakan media, maka akan menimbulkan harapan atau keinginan untuk mencapai kepuasan yang ingin didapatkan oleh khalayak dari menggunakan media tersebut. Terdapat dua kepuasan yakni *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*.

Netflix

Netflix adalah sebuah layanan *streaming* yang legal dan menjadi wadah bagi orang-orang yang ingin menonton dan menikmati film dan series dengan berbagai jenis *genre* dan dari berbagai jenis negara. *Netflix* dapat diakses melalui www.netflix.com atau dapat diunduh melalui *smarthphone* dan alat elektronik lainnya yang bekerja sama dengan *Netflix*.

Teori Uses and Gratification

Uses and Gratification adalah teori yang menganggap bahwa khalayak merupakan audiens yang aktif menggunakan media. Teori ini lebih menekankan kepada apa yang dilakukan oleh khalayak terhadap sebuah media (Rakhmat, 2007, p.65).

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif dengan tipe deskriptif. Data dalam penelitian ini didapat dari hasil jawaban kuesioner penelitian oleh responden, buku-buku serta dari penelitian terdahulu. Penelitian ini meneliti remaja di Kota Denpasar yang berusia 17-25 tahun yang aktif menggunakan *Netflix* sebagai media *streaming*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 130 orang. Teknik analisis data yang digunakan yaitu statistik deskriptif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Netflix merupakan sebuah layanan *streaming* yang legal dan menjadi wadah bagi orang-orang yang ingin menonton dan menikmati film dan series dengan berbagai

jenis genre dan dari berbagai jenis negara. *Netflix* memiliki konten yang dijuluki sebagai “*Netflix Originals*”. *Netflix* menyediakan berbagai jenis genre yang dapat dinikmati oleh penggunaanya, antara lain romantis, horror, fiksi ilmiah, fantasi, komedi, documenter, serta banyak lagi genre lainnya. *Netflix* dapat digunakan pada menawarkan aplikasi *Netflix*, seperti *smart TV*, dekoder, *smartphone*, dan tablet. Selain itu *Netflix* juga dapat digunakan di PC dengan menyambungkannya ke internet.

Profil Responden

Responden dalam penelitian ini terdapat sebanyak 130 orang. Responden dengan rentang usia dari 17 – 19 tahun memiliki persentase 10,8%, responden dengan usia 20 – 22 tahun memiliki persentase 73,1% dan responden dengan usia 23-25 tahun memiliki persentase 16,1%. Berdasarkan jenis kelamin, terdapat 63,8% perempuan dan terdapat 36,2% responden laki-laki.

Berdasarkan dari pendidikan terakhir, terdapat sebanyak 58,5% responden dengan pendidikan terakhir SMA/Sederajat, pendidikan terakhir Diploma/Sarjana memiliki persentase 40,8% dan pendidikan terakhir pascasarjana memiliki persentase 0,7%. Berdasarkan kategori pekerjaan, terdapat sebanyak 76,2% responden dengan pekerjaan sebagai Siswa/Mahasiswa, pekerjaan Karyawan Swasta sebanyak 13,8%, pekerjaan Wiraswasta memiliki persentase 7,7% dan

responden dengan pekerjaan lainnya memiliki persentase 2,3%.

Uji Validitas

Hasil dari uji validitas terhadap 20 pertanyaan tentang motif menghasilkan nilai terbesarnya 0,766 dan nilai terendahnya 0,502. Hasil uji validitas terhadap 20 butir pertanyaan terhadap kepuasan menghasilkan nilai terbesar 0,818 dan nilai terendahnya 0,529.

Uji Reliabilitas

Hasil dari uji reliabilitas terhadap 20 pertanyaan tentang motif mendapatkan nilai 0,922 dan hasil uji reliabilitas pada 20 pertanyaan tentang kepuasan mendapatkan nilai 0,937.

Deskripsi Hasil Uji Motif dan Kepuasan Menggunakan *Netflix*

Akumulasi skor rata-rata dari Motif dan Kepuasan Menggunakan *Netflix*

Jenis Motif	<i>Gratification Sought (GS)</i>	<i>Gratification Obtained (GO)</i>
Informasi	4,18	4,21
Identitas Personal	3,84	3,83
Integrasi & Interaksi Sosial	3,95	3,96
Hiburan	4,57	4,51
Rata-rata	4,14	4,13

Sumber Data: Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel di atas dilihat bahwa dalam aspek informasi *Netflix* terdapat kepuasan, karena nilai dari *Gratification*

Sought (GS) yang lebih kecil yaitu 4,18 dari nilai *Gratification Obtained* nya yaitu 4,21.

Pada aspek identitas personal, tabel diatas menunjukkan bahwa terjadi ketidakpuasan karena nilai *Gratification Sought* (GS) yang lebih besar yaitu 3,84 dari nilai *Gratification Obtained* nya yaitu 3,83.

Pada aspek integrasi dan interaksi sosial, pada tabel diatas menunjukkan bahwa terjadi kepuasan, karena nilai rata-rata *Gratification Sought* (GS) nilainya yang lebih kecil yaitu 3,95 daripada nilai rata-rata *Gratification Obtained* nya yaitu 3,96.

Berdasarkan tabel diatas, aspek terakhir yang diuji dalam penelitian ini yaitu aspek hiburan. Aspek hiburan memiliki nilai yang paling besar diantara aspek lainnya, namun di aspek ini terjadi ketidakpuasan, karena nilai *Gratification Sought* (GS) yang lebih besar yaitu 4,57 dari nilai *Gratification Obtained* nya yaitu 4,51.

Analisis Data

Berdasarkan olah data dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa dua dari empat motif yang dapat terpuaskan dalam menggunakan *Netflix* sebagai media *streaming* oleh remaja di Kota Denpasar dengan rentang usia dari 17 – 25 tahun yakni motif informasi serta motif integrasi dan interaksi sosial, karena nilai rata-rata dari *Gratifications Sought* (GS) lebih kecil dari pada nilai rata-rata *Gratifications Obtained* (GO), dalam artian kepuasan yang didapatkan responden dari menggunakan *Netflix* dalam aspek informasi dan aspek integrasi dan interaksi sosial melebihi dengan kepuasan yang

diinginkan atau yang diharapkan oleh responden. Disamping itu terdapat dua motif yang tidak terpuaskan dari penelitian ini yaitu motif identitas personal dan motif hiburan, karena nilai *Gratifications Sought* (GS) atau kepuasan yang dicari oleh responden lebih besar dari nilai *Gratifications Obtained* (GO) atau kepuasan yang didapatkan oleh responden.

Pada teori *uses and gratification* dikatakan bahwa kebutuhan khalayak akan terpenuhi apa motif khalayak dalam media dapat terpenuhi dan dalam motif ini media dianggap berusaha untuk memenuhi motif dari khalayak. Jika media tersebut dapat memenuhi motif atau kebutuhan yang dicari oleh khalayak maka media tersebut merupakan media yang efektif (Kriyantono, 2006). Jika dilihat dari akumulasi skor rata-rata secara keseluruhan dari motif dan kepuasan menggunakan *Netflix* sebagai media *streaming* dapat disimpulkan bahwa *Netflix* belum dapat memberikan kepuasan pada khalayaknya karena skor motif atau *Gratification Sought* (GS) menunjukkan nilai 4,14 sedangkan skor rata-rata kepuasan atau *Gratification Obtained* (GO) menunjukkan nilai sebesar 4,13 yang dapat diartikan bahwa kepuasan yang dicari oleh responden dalam menggunakan *Netflix* lebih banyak daripada kepuasan yang didapatkannya.

5. PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini yakni dalam penelitian ini terdapat 130 responden yang merupakan remaja di Kota Denpasar dengan usia dari 15 hingga 25 tahun yang

aktif menggunakan *Netflix* sebagai media *streaming*. Terdapat 47 responden laki-laki dan terdapat 83 responden perempuan. Motif yang paling banyak melatarbelakangi responden menggunakan *Netflix* sebagai media *streaming* adalah motif hiburan. Mendapatkan hiburan, rasa senang, melepaskan diri dari masalah, mengisi waktu luang dan menghilangkan kebosanan menjadi alasan utama responden menggunakan *Netflix*. Sedangkan responden tidak terlalu mencari aspek identitas personal dari menggunakan *Netflix* sebagai media *streaming*.

Alasan responden menggunakan *Netflix* sebagai media *streaming* dilatarbelakangi oleh motif informasi dan motif integrasi dan interaksi sosial. Pembaca memperoleh informasi, mendapatkan pengetahuan baru dan dapat mengetahui cerita pada tayangan yang ditonton di *Netflix*. Pembaca juga dapat berpartisipasi dan menjadi bagian dari kelompok diskusi mengenai cerita dari tayangan yang ditonton di *Netflix*. Selain itu peserta juga memperoleh ilmu penting dalam kehidupan sehari-hari dan menemukan istilah baru dari menonton tayangan di *Netflix* yang bisa digunakan dalam ruang lingkup pertemanan.

Motif identitas personal dan motif hiburan menjadi motif yang belum terpuaskan dengan menggunakan *Netflix* sebagai media *streaming*. Harapan pengguna *Netflix* untuk mengetahui hal yang menarik dari tokoh di *Netflix*, mengetahui karakter yang sesuai dengan responden dan harapan untuk semakin mengenal diri sendiri belum dapat terpuaskan. Selain itu harapan responden

untuk mendapatkan hiburan, memperoleh rasa senang, mengisi waktu luang, melepaskan diri dari masalah, dan menghilangkan kebosanan juga belum mampu terpuaskan.

Saran

Saran dari penulis yaitu bagi pengguna *Netflix* disarankan untuk memilih secara selektif tayangan yang akan ditonton dan agar sesuai dengan usia penonton. Selain itu para pengguna khususnya orang tua dapat menggunakan fitur *Parental Control* untuk mengontrol tontonan bagi anak mereka, serta memanfaatkan fitur pin untuk mengunci profil untuk mengamankan setiap profil. Bagi *Netflix* disarankan untuk sebisa mungkin menyisipkan ajaran-ajaran yang baik dalam tayangannya, sehingga penonton bisa mempelajari maupun menerapkan hal-hal baik tersebut. Selain itu, bagi *Netflix* juga diharapkan untuk meningkatkan kualitasnya sehingga motif dari khalayak dapat terpuaskan. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian ini, diharapkan agar dapat meneruskannya dengan mencari variabel-variabel lainnya atau ide-ide baru sehingga dapat membantu, memperkuat maupun mengoreksi hasil dari penelitian sebelumnya.

6. DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

McQuail, Dennis. 2011. Teori Komunikasi Massa Edisi Ke 6. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.

Rakhmat, J. (2007). Metode penelitian komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Sumber Jurnal:

Kurniansyah, A., & Malau, R. M. U. (2020). Motif Penggunaan Media Streaming Joox (studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Joox). *eProceedings of Management*. Vol. 7(1). Bandung: Universitas Telkom. (online) <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/11809> diakses pada 30 Januari 2021

Wibowo, T. O. (2018). Fenomena Website Streaming Film di Era Media Baru: Godaan, Perselisihan, dan Kritik. *Jurnal Kajian Komunikasi*. Vol. 6(2). Bandung: Universitas Padjajaran. (online) <http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/15623> diakses pada 29 Januari 2021

Sumber Internet:

App Annie. (16 Desember 2019). *Top 10 Apps by All-Time Consumer Spend Worldwide 2010-2019*. Diakses pada 29 Januari 2021, dari App Annie: <https://www.appannie.com/en/insights/market-data/a-look-back-at-the-top-apps-games-of-the-decade>

